

# Addressing Stigma in Mexico:

## The Impact of *Comparte tu Historia* (Share your Story) and the importance of the **SURVIVORS** as our **VOICE**



LIVESTRONG®

FOUNDATION

COMPARTE



HISTORIA

Es nuestra fuerza contra el cáncer.

# Initiative Overview

- Launched December 2010, finished in June 2012 (19 months)
- Objective: To reduce stigma associated with cancer through culturally-relevant and targeted messaging while raising awareness of the global cancer burden.

LIVESTRONG®

FOUNDATION

COMPARTE



HISTORIA

Es nuestra fuerza contra el cáncer.

# Goals

- Short Term
  - Change public opinion related to cancer
  - Increase media attention for cancer as a local/national/and global issue
  - Increase awareness of cancer as a major public health issue locally, regionally, and nationally
  - Increase social/psychosocial support for persons affected by cancer
  - Increase number of cancer survivors sharing their stories
- Long Term
  - Reduce stigma associated with cancer
  - Empower populations of survivors to take action by continuing to speak out and share their stories
  - Increase cancer resources/enhanced utilization of resources at the national level
  - Equip local NGOs with new tools and resources to address the cancer burden in Mexico

**LIVESTRONG®**

**FOUNDATION**

**COMPARTE**

**e+**

**HISTORIA**

**Es nuestra fuerza contra el cáncer.**

# Strategy

- Addressing Cancer Stigma by:
  - Giving a voice to survivors, family, friends
- Focusing on four target communities
  - Álvaro Obregón in Mexico City,
  - Ciudad Nezahualcóyotl in the Mexico State,
  - Guadalajara in the Jalisco State, and
  - Mérida in the Yucatán State
- Partnering with local organizations, MoH and media
- Developing key messages & activities based on a knowledge, attitudes, and practices survey

LIVESTRONG®

FOUNDATION

COMPARTE

e+

HISTORIA

Es nuestra fuerza contra el cáncer.

# Main Components

- Main Components of the Project
  - Mass Media
  - Community Outreach
  - Special Events
  - Public Relations
  - Monitoring & Evaluation



LIVESTRONG®

FOUNDATION

COMPARTE



HISTORIA

Es nuestra fuerza contra el cáncer.

# Research

- Baseline and Endline KAP
- Facebook statistics
- Focus groups

LIVESTRONG®

FOUNDATION

COMPARTE



HISTORIA

Es nuestra fuerza contra el cáncer.

# Exposure

Question	% Respondents
Exposed to cancer message in which a survivor shared their story	50%
Saw video or PSA on television	39%
Heard PSA on radio	11%
Saw on public bus	7%
Saw in magazine	12%
Saw on Facebook	9%
Listened to friend or family member of cancer survivor	10%
Attended an event	11%

**LIVESTRONG®**

**FOUNDATION**

**COMPARTE**



**HISTORIA**

**Es nuestra fuerza contra el cáncer.**

# Facebook

Objective: Create a unique platform for Spanish speakers around the world where sharing one on one the stories, experiences and the positive results during and before having cancer

**LIVESTRONG®**

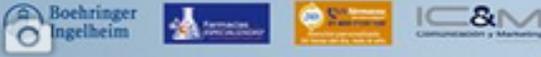
**FOUNDATION**

**COMPARTE**



**HISTORIA!**

**Es nuestra fuerza contra el cáncer.**



28 de Septiembre 2014  
09:30 hrs.



Comparte tu Historia  
Comunidad

Pulsera Humana  
contr

+ Seguir Compartir ...



Biografía Información Fotos Twitter Más ▾

PERSONAS >

1452 Me gusta



Atrae más fans a tu página y conecta más gente con tu negocio.

Promocionar página

Estado Foto/video Oferta, evento +

¿Qué estuviste haciendo?

Comparte tu Historia  
Publicada por Fer Rodríguez Hernández (?) · 7 de noviembre

Reducir factores de riesgo es una de las acciones primarias que puedes realizar... #DíaMundialDelCáncerDePulmón (4 fotos)

LIVESTRONG®

FOUNDATION

COMPARTE



HISTORIA

Es nuestra fuerza contra el cáncer.

# Content



## Comparte tu Historia

Teresa Blanco Figueroa Sobreviviente de cáncer de mama "...si esto que estoy pasando hace reaccionar a muchas mujeres, que bueno, vámos para adelante"



TERESA BLANCO FIGUEROA [HD]

Duración: 3:09

Weekly  
Impact

685 impresiones · 31 % de comentarios

Me gusta · Comentar · Compartir · 12 de octubre, 15:26

A 7 personas les gusta esto.



**Ana Celia Torres** Toda una guerrera!! bien por tere! sigue alzando la voz!!

Hace 19 horas · Me gusta



**Ana Celia Torres** Socorro De la Torre te manda un abrazote y una gran felicitacion!!

Hace 19 horas · Me gusta

Escribe un comentario...

INTERACTION

LIVESTRONG®

FOUNDATION

COMPARTE



HISTORIA

Es nuestra fuerza contra el cáncer.

# 1st STAGE RESULTS

## Material Posted by "Fans"

Stories created  
outside the FB fan  
page and posted on  
it weekly

**5,314**



### Comparte tu Historia

Gracias a Laura Ramírez por regalarle su testimonio a tod@s aquell@s que han visitado, visitan y visitarán este sitio dedicado a tod@s aquell@s que luchan contra el cáncer. ¡BIENVENIDA A LA FAMILIA DE COMPARTE TU HISTORIA! Laura Ramírez: "Comparto hoy mi historia como sobreviviente del Cáncer de mama. Esperanza y fe para quien lo padece..."  
[http://www.youtube.com/watch?v=R9n59hO\\_5h0](http://www.youtube.com/watch?v=R9n59hO_5h0)



### Cáncer de mama..testimonio

[www.youtube.com](http://www.youtube.com)

Soy una sobreviviente del cáncer de mama.

420 impresiones · 0,71 % de comentarios



Me gusta · Comentar · Compartir · 19 de octubre, 20:05



A 3 personas les gusta esto.

Escribe un comentario...

**Weekly  
Impact**



### Laura Ramírez

Comparto hoy mi historia como sobreviviente del Cáncer de mama. Esperanza y fe para quien lo padece...

[http://www.youtube.com/watch?v=R9n59hO\\_5h0](http://www.youtube.com/watch?v=R9n59hO_5h0)



### Cáncer de mama..testimonio

[www.youtube.com](http://www.youtube.com)

Soy una sobreviviente del cáncer de mama.



Ya no me gusta · Comentar · Compartir · 19 de octubre, 17:09

Average weekly  
publications (users  
who only visit the  
page once)

**5,435**

**LIVESTRONG®**

**FOUNDATION**

**COMPARTE**



**HISTORIA**

**Es nuestra fuerza contra el cáncer.**

# 1st STAGE RESULTS

People who posted about the FB fan page (both on CtH or their own) per month

11,228

Number of users who saw ANY CONTENT OF FB FAN PAGE PER MONTH

14,652



Comparte tu Historia

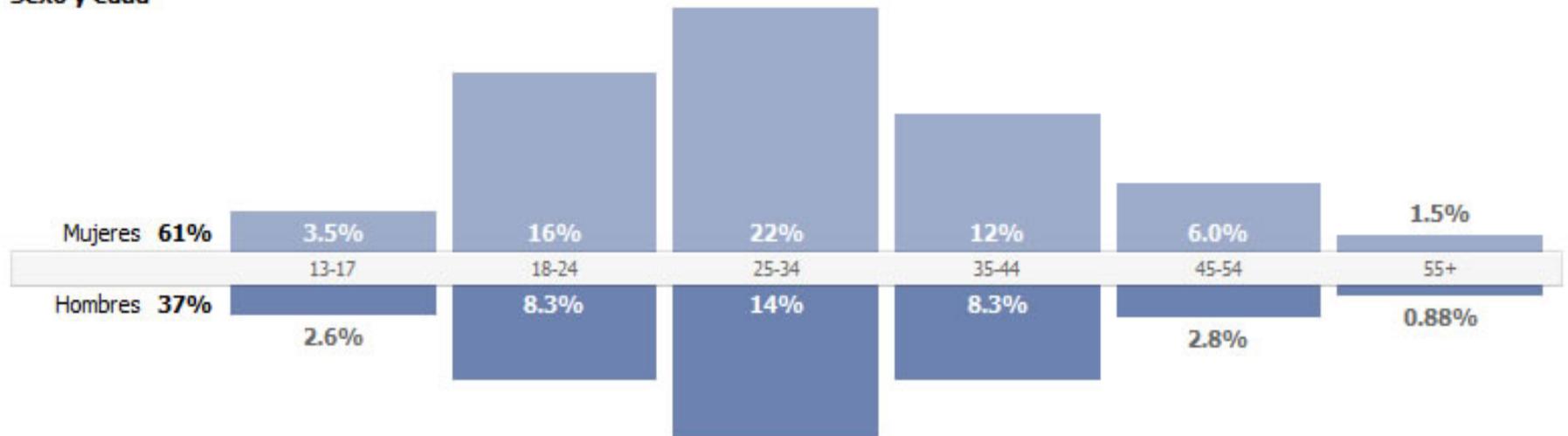
Biografía ▾

✓ Te gusta

Personas a las que les gusta tu página (datos demográficos y de ubicación)

Ver "Me gusta"

Sexo y edad?



LIVESTRONG®

FOUNDATION

COMPARTE



HISTORIA

Es nuestra fuerza contra el cáncer.

# 1st STAGE RESULTS

23,688

Average weekly reach to people who saw our fan page, by country, city and language.

Visión general Me gusta **Alcance** Personas que están hablando de esto

## Países?

- 3.395 México
- 114 Estados Unidos de América
- 33 España
- 21 Colombia
- 13 Canadá
- 11 Francia
- 8 Guatemala
- 7 Brasil
- 7 Chile
- 6 Reino Unido
- 6 Ecuador
- 6 Italia
- 5 República Dominicana
- 4 Argentina
- 4 Venezuela
- 3 Costa Rica
- 3 Turquía
- 2 China
- 2 Suiza
- 2 Alemania

## Ciudades?

- 1.911 Mérida, México
- 319 Ciudad de Mérida, Yucatan
- 85 Cancún, México
- 83 Guadalajara, Jalisco, México
- 43 México, D. F., México
- 37 Villahermosa, México
- 32 Playa del Carmen, Quintana Roo, México
- 26 Puebla de Zaragoza, México
- 24 Valladolid, México
- 23 Campeche, Campeche, México
- 23 Ciudad Guzmán, Jalisco, Jalisco, México
- 20 Zapopan, Jalisco, México
- 19 Monterrey, Nuevo León, México
- 17 Ticul, México
- 17 Progreso, México
- 16 Estado de México, México
- 13 Cozumel, Quintana Roo
- 13 Muna, Yucatan
- 11 Tizimín, México
- 10 Hermosillo, Sonora, Sonora, México

## Idiomas?

- 2.887 Español
- 526 Español (España)
- 209 Inglés (Estados Unidos)
- 28 Inglés (Reino Unido)
- 9 Francés (Francia)
- 7 Español (México)
- 5 Portugués (Brasil)
- 5 Italiano
- 3 Turco
- 3 Alemán
- 2 Portugués (Portugal)
- 1 Hebreo
- 1 Feroés
- 1 Inglés (al revés)
- 1 Malayo
- 1 Latino
- 1 Inglés (pirata)
- 1 Árabe
- 1 Catalán
- Menos ▾

Average weekly unique visits location

1,650

LIVESTRONG®

FOUNDATION

COMPARTE



HISTORIA

Es nuestra fuerza contra el cáncer.

# 1st STAGE RESULTS

Number of times our posts were viewed per week

24,604

Formas en que se está hablando de tu página

Todas las historias ▾

Personas que están hablando de esto ?



LIVESTRONG®

FOUNDATION

COMPARTE



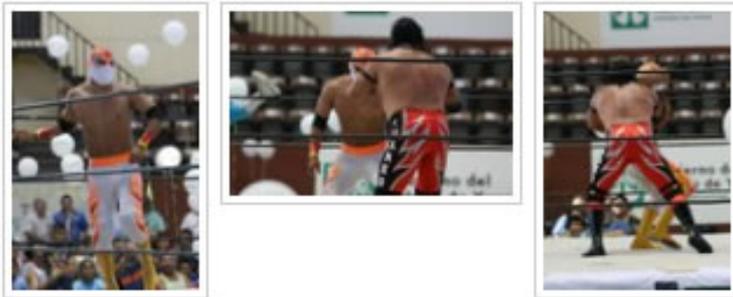
HISTORIA

Es nuestra fuerza contra el cáncer.

# Users who saw FB fan page through 3rd source

## 25,444

Comparte tu Historia agregó 77 fotos nuevas al álbum "3er EVENTO "MÁSCARA Y CABELLERA CONTRA EL CÁNCER" (MÉRIDA)".



### 3er EVENTO "MÁSCARA Y CABELLERA CONTRA EL CÁNCER" (MÉRIDA)

Como parte del Lazamineto de la Campaña "COMPARTE TU HISTORIA. ES NUESTRA FUERZA ...

Ver más

852 impresiones · 0,23 % de comentarios

Me gusta · Comentar · Compartir · 10 de octubre, 11:18

A 2 personas les gusta esto.

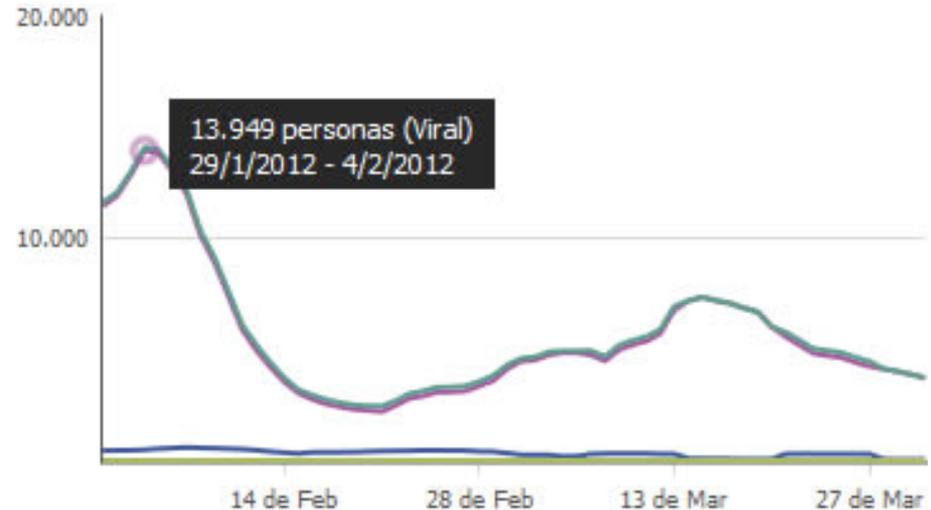
Escribe un comentario...

## Formas en que has llegado a las personas (alcance y frecuencia)

Todo el contenido de la pági...

### Alcance?

Orgánico?  Pagado?  Viral?  Total?



LIVESTRONG®

FOUNDATION

COMPARTE



HISTORIA

Es nuestra fuerza contra el cáncer.

# 1st STAGE RESULTS

Number clicked on/viewed publications, videos, etc.

32,141

Fecha ?	Publicación ?	Alcance ?	Usuarios que interactúan ?	Personas que están hablando de esto ?	Difusión ?
26/4/2012	 Buen día a tod@s, Juan Carlos Cha...	251	13	4	1,59%
23/4/2012	 Buena semana a tod@s, les quere...	263	10	4	1,52%
7/2/2012	 GRACIAS Jess por compartir tu hist...	341	15	10	2,93%
6/2/2012	 GRACIAS a Raymundo Sánchez por...	308	23	10	3,25%
6/2/2012	 El viaje de Rafael González Villegas ...	324	24	6	1,85%
6/2/2012	 GRACIAS por la primer entrega, es...	323	31	19	5,88%

LIVESTRONG®

FOUNDATION

COMPARTE



HISTORIA

Es nuestra fuerza contra el cáncer.

# 1st STAGE RESULTS

Viral impressions per week (number of times our activity were shared, mentioned or published on someones elses's profile)

## 101,130



LIVESTRONG®

FOUNDATION

COMPARTE



HISTORIA

Es nuestra fuerza contra el cáncer.

# 1st STAGE RESULTS

## Results: Facebook

- 9% of respondents indicated they saw messages about cancer from Facebook in the last year.
- 33% recalled messages on Facebook relating to cancer awareness, 20% on cancer screening and 15% recalled a message about support for cancer survivors.

about 68% of respondents indicated they saw messages  
101,130 impressions per week by sharing *Comparte*

- 33% recalled messages on Facebook relating to cancer awareness, 20% on cancer screening and 15% recalled a message about support for cancer

L I V E S T R O N G<sup>®</sup>

F O U N D A T I O N

COMPARTE



HISTORIA

Es nuestra fuerza contra el cáncer.

# 1st STAGE RESULTS

## Results: Facebook

### Why it was successful:

- One of the first Spanish speaking FB fan page to focus on all kinds of cancer
- Emotional issue for people lead to deeper connections
- They are connected not only by a disease, but by a cause
- Belonging to a "family"

LIVESTRONG®

FOUNDATION

COMPARTE



HISTORIA

Es nuestra fuerza contra el cáncer.

# 1st STAGE RESULTS

## Results: Facebook

- Was grounded in real activities and invited people out of the virtual space
- Personal response to every post
- Positive tone

LIVESTRONG®

FOUNDATION

COMPARTE



HISTORIA

Es nuestra fuerza contra el cáncer.

# Results: Facebook

- Lessons Learned

- Need an overall strategy on what to post, when to post and how to roll-out postings

- 

- 

the mission of the campaign

**LIVESTRONG®**

**FOUNDATION**

**COMPARTE**

**e+**

**HISTORIA**

**Es nuestra fuerza contra el cáncer.**

# Results: Facebook

- Lessons Learned
  - Attractive to people because it didn't focus on one type of cancer
  - Needs to be linked to real-time events/activities
  - Need to change content on a regular schedule
  - Need to respond to postings in a personalized manner

**LIVESTRONG®**

**FOUNDATION**

**COMPARTE**



**HISTORIA**

**Es nuestra fuerza contra el cáncer.**

# Results: Overall

**50%** of the targeted population was reached with messages about cancer. Of those exposed:

- **76%** stated that they learned something new about cancer. The most common topics learned from exposure were:
  - prevention (49%)
  - a person can live/survive with cancer (19%)
  - screening (18%).
- **42%** stated that they did something differently because of what they learned.
- **39%** stated that what they saw, heard or read changed their feelings about cancer.

**50%%**

of the targeted population was reached with messages about cancer. Of those exposed:

L I V E S T R O N G<sup>®</sup>

F O U N D A T I O N

COMPARTE



HISTORIA

Es nuestra fuerza contra el cáncer.

# Results: Overall

Specific comments on what people learned or did differently:

*“I learned that a person with cancer is a person and must be helped”*

*“I’m more aware of symptoms that are related to cancer”*

*“I’m more sensitive and empathic to people (with cancer)”*

*“That cancer patients are also human beings”*

*“Not to discriminate (against) people with cancer”*

*“Do not hurt people with cancer. Before (I) thought it was incurable”*

# Stigma Questions

	Baseline Responded “yes”	Endline Responded “yes”	Exposed to at least one intervention. Responded “yes”
A person with cancer should be allowed to continue working?	79%	78%	81%
It is more difficult for a person with cancer to get a job?	74%	79%	77%
Would you hire someone with cancer to work at your home?	75%	81%*	82%*
Would you marry someone who had cancer in the past?	65%	71%*	73%*
Would you allow your child to marry someone who had cancer in the past?	61%	63%	63%

**LIVESTRONG®**

**FOUNDATION**

**COMPARTE**



**HISTORIA**

**Es nuestra fuerza contra el cáncer.**